

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Public Relations</i>	17
2.1.2 Kampanye.....	18
2.1.3 Kampanye <i>Public Relations</i>	19
2.1.4 ESG (<i>Environment, Social, Governance</i>)	25
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.2.1 Literatur Review Nasional	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian	41

3.2 Subjek & Objek Penelitian.....	42
3.2.1 Subjek Penelitian.....	42
3.2.2 Objek Penelitian.....	43
3.2.3 Lokasi Penelitian.....	43
3.3 Unit Analisis Penelitian.....	43
3.4 Narasumber.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Metode Analisis Data.....	47
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Profil Informan Penelitian.....	50
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Strategi Manajemen Isu Kampanye ESG.....	54
4.2.2 Implementasi Tujuan Kampanye ESG.....	61
4.3 Pembahasan.....	64
4.3.1 Strategi Manajemen Isu Kampanye ESG.....	65
4.3.2 Implementasi Tujuan Kampanye ESG.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Saran Akademis.....	84
5.2.2 Saran Praktis.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	89